



經貿時事短評

2015年第十六期(總第170期)

- 人幣借改定價機制走貶
- 內地政府公佈採購賬本
- 國家力促旅遊投資消費
- 香港旅遊業積弱響警鐘

1. 人幣借改定價機制走貶

人民銀行於8月11日宣佈優化人民幣匯率機制，中間價將參考上日銀行間外匯市場收盤匯率；當日人民幣兌美元中間價較前日大幅貶值1.86%，隨後連跌三日，累積貶值4.45%。

短評

人行此次調整人民幣匯率機制，可謂是一箭雙鵰：一方面讓人民幣匯率更大程度地由市場供求決定，順應了國際貨幣基金組織(IMF)的改革要求，為人民幣加入特別提款權(SDR)貨幣籃子增加籌碼；另一方面，近期歐元、日元以及各新興經濟體貨幣對美元競相貶值，保持堅挺的人民幣實為穩中有升，令內地羸弱的出口貿易更形困難。根據海關總署的統計，7月中國進出口總值較去年同期下跌8.2%，其中出口同比下降8.3%。今次借助對匯率定價機制的修正，人民幣在這一時點上順勢貶值，相信可與國務院新近出台的《關於促進進出口穩定增長的若干意見》互為配合，為促進外貿穩增長再添助力。鑑於人民幣突然較大幅度貶值引發了市場的擔憂，人行隨後亦高調解畫，表示人民幣匯率已接近均衡水平，而此前累積的約3%的偏差亦已基本上得到糾正。事實上，中國宏觀經濟的基本面堅實，今年以來累計的貨物貿易順差仍高達3,052億美元，而人民幣在國際化的進程中亦有必要保持強勢，人民幣確實不存在持續貶值的基礎。但此次匯率調整畢竟打破了此前市場對人民幣匯率相對穩定的普遍預期，其心理上和實質性的影響均不容低估；加之境外人民幣業務的規模日漸龐大，人民幣匯率波動性在今後一段時間或會更加頻繁和明顯。

2. 內地政府公佈採購「賬本」

據內地財政部公佈，2014年全國政府採購規模為17,305.34億人民幣，較上年增長5.6%，增幅比2013年下降11.6個百分點。

短評

政府採購在規模增速放緩的同時，其結構亦有所變化。隨著各地政府厲行節約、嚴格規範「三公經費」支出，2014年的貨物類採購金額為5,230億人民幣，雖按年增長6.3%，但比起2013年的12.1%增幅，已明顯「不復當年勇」。與此同時，服務類採購的規模增至1,934億，同比增長26.1%，較上年的增幅再提高1.8個百分點，其佔比亦首次突破10%。在「小政府、大社會，小機構、大服務」的改革導向下，政府部門進一步將政策諮詢、人力資源、融資招商、檢測等服務項目外包出去，實現精兵簡政、降低行政成本之餘，還有助於降低社會資本參與公共服務供應的門檻，藉以打破壟斷和引入競爭，「倒逼」公共服務提質增效，催化政府從「管制型」向「服務型」的職能轉變。其實，政府採購還擔當宏觀政策調控的一項重要工具。例如，為扶持中小微企業的發展，2014年政府採購合同中授予中小微企業的金額為13,179億元，在採購總額中的佔比高達76.2%；繼財政部將信息化列為今年政府採購工作的要點之後，政府正加大採購雲計算服務力度，讓公共採購更透明、高效和便捷；另一方面亦是配合「互聯網+」戰略的展開，促進互聯網與傳統部門和公共管理的融合。

3. 國家力促旅遊投資消費

國務院下發《關於進一步促進旅遊投資和消費的若干意見》，佈局旅遊業今後的重點發展方向。

短評

此次出台的文件中有不少新突破，例如首次明確了以投資與消費並舉的方式發展旅遊業；在繼續將旅遊作為培養消費的增長點同時，亦將其列為投資著力點，提出要為房車自駕、郵輪、遊艇等新興旅遊方式「培土加肥」，亦推動特色旅遊城鎮、休閒度假旅遊產品及旅遊裝備製造業等的發展，以及探索「互聯網+旅遊」新業態。文件亦特別提到多種有潛力的旅遊產品，例如老年旅遊、研學旅遊、中醫藥健康旅遊等；鄉村旅遊更是自成一章，當中更提出培養鄉村旅遊創客，力求將旅遊打造成為大眾創業、萬眾創新的另一個活躍地帶。文件中備受關注的一點則是，在重申要落實帶薪休假、鼓勵錯峰休假之餘，提出將「週五下午與週末結合」，形成「小短假」；反映中央有意透過休假安排的優化，讓假期經濟「長做長有」，亦緩解公共假日因「紮堆」出遊而導致人滿為患、設施不勝負荷、「井噴式」消費無以為繼等的弊病。據旅遊公司攜程測算，清明節等三天小長假的遊客量比平常週末高3至4倍，「十一」等黃金周的度假人數更是小長假的5倍以上。如果週末小短假或錯峰出行能夠實施落地，旅遊消費可以在傳統淡季釋放更多潛力；而隨著集中爆發式的假日經濟逐漸過渡到更為恆常化的休閒經濟，不但是旅遊業，零售、餐飲、娛樂、汽車租賃等「假日吸金行業」亦可受惠於更趨穩定的客源。

4. 香港旅遊業積弱響警鐘

今年7月整體訪港旅客按年下跌8.4%，錄得6年來最大的7月份單月跌幅。商務及經濟發展局指，日圓持續貶值，「吸走」不少中國及東南亞旅客，是導致訪港旅客大跌的主要原因。

短評

香港旅遊業由熱轉冷，其積弱已非「一日之寒」。儘管2014年訪港旅客人數上升12%，但顯著低於2010-2013年間16.4%的年均增長率；其中，佔比高達近八成的內地旅客增速放緩至16%，為2009年以來的最低升幅。2015年以來的情況更加嚴峻，1至6月訪港旅客僅比上年同期微增2.8%，內地旅客增幅放緩至4.7%，而來自短途市場、長途市場以及新市場的旅客量更是齊齊下跌；雖然不過夜旅客仍增長8.4%，但佔比逾四成兼且人均消費水平較高的過夜旅客卻下跌3.8%，反映了香港旅遊業已顯露出「量」「質」雙雙惡化的窘相。除了受環球經濟表現欠佳的影响之外，香港旅遊業正面臨日趨白熾化的國際競爭。日本、新加坡、韓國、台灣等區內地區一直致力打造旅遊新熱點，甚至專門為新晉為旅遊「大戶」的中國客人設特別的旅遊線路；而日本、歐洲等多個熱門旅遊國家已陸續放寬對華簽證。反觀香港，近年在旅遊基礎設施方面鮮有突破，不但缺乏吸引眼球的新賣點，亦難以提升旅客「再回首」的意欲；加上之前「反水貨客行動」令香港「好客之都」的形象受損，而深圳居民赴港自由行政策改為「一週一行」的影響亦逐漸顯現。另一方面，最近港元跟隨美元走強，構成了另一個令「遊客止步」的不利因素；更何況香港素有「購物天堂」之稱，來訪旅客對於匯率變動難免會有更高的敏感度。可見，香港旅遊業轉弱除了與周期性經濟因素有關之外，更有結構性的根源。香港立法會秘書處不久前發表了一份《香港旅遊業》研究簡報，指出香港旅遊業的當務之急是應開拓多元化的客源市場及旅遊產品，而發展更多旅遊景點、吸引更多商務旅客來港及推動郵輪旅遊均為可行的方向之一。

以上資料由香港中華廠商聯合會秘書處編寫，內容僅供內部參考；如有任何查詢，請聯絡政策研究部。

電話：2542 8611；傳真：3421 1092；電郵：research@cma.org.hk